

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman sekarang ini, perkembangan teknologi informasi semakin mempengaruhi kehidupan manusia. Salah satunya yang paling banyak digandrungi masyarakat adalah media sosial. Banyak perusahaan dan individu yang menggunakan media sosial secara eksplisit atau implisit untuk berbagi pengetahuan (Bughin dkk, 2012). Media sosial dipilih karena nyaris tiada biaya yang dikeluarkan namun efeknya luar biasa. Media sosial merupakan salah satu produk dunia digital yang mengedepankan proses interaksi antara individu satu dengan yang lainnya, menciptakan sebuah keterikatan antara media sosial dengan individu tersebut. Desain media sosial memudahkan interaksi sosial dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* ke *social media dialogue*. Tapi sayang, kenyataannya malah berbalik. Sekarang ini banyak ditemukan orang yang asyik sendiri dengan gadget mereka dari pada berinteraksi sosial di dunia nyata. Tidak bisa dipungkiri, kehadiran media sosial memang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis dan sebagainya.

Richter dan Koch (2007) menyatakan media sosial merupakan aplikasi online, sarana dan media yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi

dan berbagi materi. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi web 2.0, memungkinkan terjadi penciptaan dan pertukaran yang dihasilkan dari pengguna konten. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial itu sendiri menggunakan teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. DiMicco, *dkk.* (2008) menyatakan bahwa salah satu motivasi utama karyawan menggunakan media sosial adalah membangun ikatan antar karyawan menjadi lebih kuat untuk menjangkau karyawan yang tidak mereka kenal. Jackson, *dkk.* (2007) juga menemukan bahwa manfaat yang terkait dengan media sosial dalam menciptakan pertemanan, memelihara, dan memperkuat ikatan.

Sutrisno (2016) mengemukakan bahwa kinerja adalah kesuksesan seseorang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing atau tentang bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya serta kuantitas, kualitas dan waktu yang digunakan dalam menjalankan tugas. Kedisiplinan karyawan menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Meningkatkan kinerja juga memberikan dampak positif dalam pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu manajemen harus mempelajari sikap dan perilaku karyawan di dalam perusahaan. Baik tidaknya karyawan dalam menjalankan tugas yang diberikan perusahaan dapat diketahui dengan cara melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan.

Salah satu cara membentuk kinerja efektif perlu adanya komunikasi antara unsur-unsur yang ada di dalam organisasi tersebut. Jaringan sosial di tempat kerja memberikan karyawan cara baru berinteraksi dengan rekan kerja mereka untuk bertanya dan berbagi informasi (DiMicco, *dkk.*, 2009). Seiring berkembangnya waktu, media sosial semakin merajai dunia. Meskipun penggunaan teknologi perusahaan sangat cepat, sangat sedikit yang mereka ketahui tentang penggunaan dan efek media sosial pada perusahaan (Jarrahi, 2011). Ada beberapa laporan yang berpendapat bahwa penggunaan media sosial di dalam perusahaan disalahkan karena mengurangi produktivitas karyawan. Mereka banyak menghabiskan waktu untuk *online* dan *chatting* yang tidak bisa diterima. Selain itu, media sosial dianggap sebagai pembuang waktu dan perangkap keamanan untuk sebagian orang (Turban, Bolloju, & Liang, 2011). Xiongfei Cao, *dkk.*, (2015) menyatakan bahwa media sosial mengurangi produktivitas dan dapat meningkatkan gangguan pada karyawan.

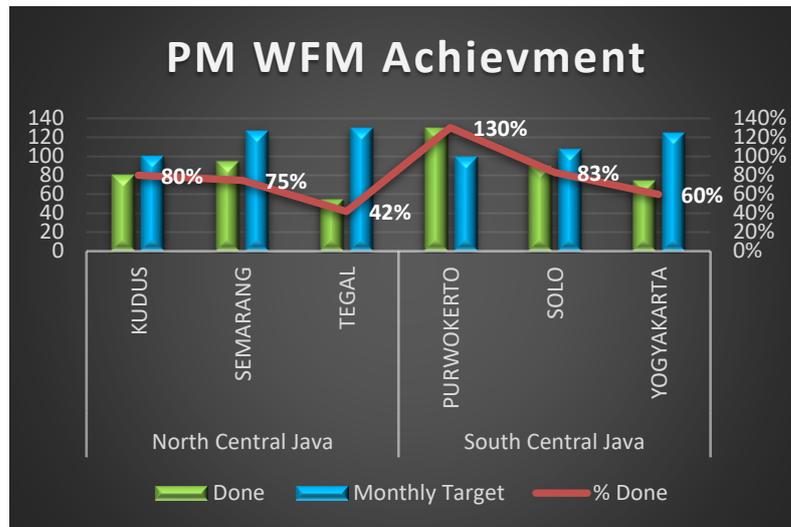
Untuk melakukan suatu tindakan manusia memiliki motivasi. Motivasi merupakan suatu tindakan yang mendorong orang lain untuk dapat melaksanakan tugas mereka sesuai dengan tujuannya. Motivasi utilitarian didefinisikan sebagai alasan dan orientasi tujuan saat diterapkan ketika menggunakan media sosial untuk bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat tergantung pada efisiensi selama proses tersebut (Batra dan Ahtola, 1991; Hirschman dan Holbrook, 1982). Menurut Skeels & Grudin (2009), Cao, *dkk.*, 2012) keuntungan kerja dengan fokus di media sosial antara lain mempertahankan jaringan profesional eksternal, menciptakan dan memperkuat hubungan dengan rekan kerja, mendapatkan

informasi, berbagi pengetahuan dan sumber daya. Berdasarkan penelitian terdahulu (Brecht, *dkk.*, 2012) menggunakan pendekatan nilai hedonis dan utilitarian dalam mengidentifikasi motivasi karyawan ketika menggunakan media sosial untuk pekerjaan mereka. Menurut Castilla (2005) perspektif sosiologis, jejaring sosial secara positif terkait dengan kinerja karyawan.

Pada umumnya kreativitas menghasilkan ide-ide baru yang berguna untuk produk, praktik, prosedur dengan baik atau baru dan bermanfaat bagi organisasi (Oldham dan Cummings, 1996; Shalley, *dkk.*, 2004, Ford dan Gioia, 2000; Madjar, *dkk.*, 2002). Menurut Zhou dan George (2001), Mumford dan Gustafson (1988), Shalley, *dkk.*, (2004) untuk menjadi kreatif, ide harus memberikan nilai bisnis, misal dengan menciptakan produk dan layanan baru, mengambil keuntungan dari peluang bisnis, dan meningkatkan efektivitas organisasi. Lopez-Cabrales, *dkk.*, (2009); Shin, *dkk.*, (2012); Williams, *dkk.*, (2011) menyatakan bahwa kreativitas secara positif dapat meningkatkan kinerja perusahaan, baik untuk kelangsungan hidup dan kompetensi kompetitif. Kreativitas karyawan sangat bergantung pada aksesibilitas dan ketersediaan informasi yang tepat pada waktu dan tempat yang tepat (Hemsley dan Mason; Hemphälä dan Magnusson, 2012). Burt (2004) menyatakan jika seseorang sering berinteraksi dengan orang yang sama mereka cenderung memiliki informasi serupa, sehingga pengetahuan mereka tidak bertambah. Penelitian Mariana dan Kalotina (2015) menunjukkan belum ada penelitian yang menyelidiki peran dan pengaruh spesifik media sosial terhadap kreativitas karyawan. Amanda Carolina (2015) juga menyatakan bahwa

kegiatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Hotel Aryaduta Manado.

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah PT. Indosat Ooredoo (MPFS PROJECT) yang bekerjasama dengan Huawei Technologies Co. Ltd. Homebase MPFS PROJECT beralamat di Ruko BQ Square No. 10 Jl. Banjarsari No. 1, Tembalang, Kota Semarang. PT Indosat Ooredoo adalah salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Penggunaan media sosial dalam proyek MS di PT Indosat Ooredoo berupa aplikasi atau sistem berbasis internet. Penggunaan media sosial di tempat kerja tergolong tinggi. Karyawan menggunakan media sosial untuk menyelesaikan pekerjaan mereka, contohnya seperti grup *Whatsapp* untuk berkoordinasi terkait pekerjaan. Permasalahan yang terjadi saat ini team MPFS keteteran mengerjakan TT PM (*Preventive Maintenance*) saat banyak TT CM (*Corrective Maintenance*). Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dikaji atau diteliti bagaimana peran media sosial terhadap kinerja karyawan dengan menggunakan sistem MPFS. Dibawah adalah grafik PM periode 1 Juni – 1 Agustus 2018. Tegal merupakan cluster dengan pencapaian PM paling rendah yaitu 42%. Cluster Yogyakarta berada di urutan ke 2 terendah dengan pencapaian PM sebesar 60% . Semakin rendah grafik berwarna *orange*, semakin tinggi jumlah TT PM. Hal ini dapat dilihat apakah target perusahaan sudah tercapai atau belum sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja SDM.



**Gambar 1.1**  
**Grafik PM HC Achivment 1 Juni – 1 Agustus 2018**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya bagaimana meningkatkan kinerja SDM melalui penggunaan media sosial di tempat kerja? Sedangkan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh nilai utilitarian terhadap penggunaan media sosial di tempat kerja dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap penggunaan media sosial di tempat kerja dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial di tempat kerja terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo?
4. Bagaimana pengaruh nilai utilitarian terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo?

5. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh nilai utilitarian terhadap penggunaan media sosial di tempat kerja dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo
2. Menganalisis pengaruh kreativitas terhadap penggunaan media sosial di tempat kerja dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo
3. Menguji model empiris pengaruh penggunaan media sosial di tempat kerja terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo
4. Menganalisis pengaruh nilai utilitarian terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo
5. Menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja SDM dalam proyek MS di PT. Indosat Ooredoo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Aspek teoritis (Keilmuan)

Diharapkan dapat memberikan dalam memperkaya wawasan dan pembelajaran mata kuliah manajemen khususnya bidang manajemen sumber daya manusia.

- b. Aspek Praksis (Guna Laksana)

Sebagai bahan pertimbangan atau referensi PT. Indosat Ooredoo dalam mempelajari tentang bagaimana meningkatkan kinerja SDM.